

CHARTRE DES ACHATS DE COMMUNICATION

PLUS PERFORMANTS ET RESPONSABLES



02/2025

SOMMAIRE

Préambule 3

Intérêts des parties 4

Axe 1 : Garantir la performance de l'achat en amont de la consultation 5

- a. Favoriser la connaissance du tissu économique 5
- b. Diffuser l'information sur les besoins..... 5
- c. Accompagner les candidats à mieux appréhender les règles relatives à la
Commande publique..... 5

Axe 2 : Etablir une stratégie de mise en concurrence efficiente..... 5

- a. Rédiger une consultation adaptée au besoin 5
- b. Effectuer une analyse vigilante des offres 6
- c. Prendre en compte l'effort consenti par les candidats lors de la demande
de livrables 6

Axe 3 : Améliorer la relation avec les professionnels de la communication 7

- a. Informer de façon claire et didactique les candidats en fin de procédure.. 7
- b. Assurer un suivi de l'exécution du contrat avec le titulaire..... 7

Préambule

De par le nombre de nouveaux habitants qu'elles accueillent chaque année et leurs poids économique, la Ville de Toulouse et Toulouse Métropole sont parmi les premiers territoires de France en termes d'attractivité.

Dans la lignée du *Small Business Act* établi en 2014, la Ville de Toulouse, la Métropole et ses partenaires institutionnels s'engagent autour d'une charte pour des achats de "communication" plus performants et responsables pour les donneurs d'ordre et les entreprises du secteur de la communication.

Cette charte s'appuie sur les Lignes de conduite mises au point par la Filière Communication et les acteurs de la médiation.

Ainsi, grâce à cette charte innovante, conçue en prenant en compte les spécificités émises par les professionnels de la communication, la Ville de Toulouse, la Métropole et ses partenaires s'assureront de l'attractivité de leurs procédures de passation ainsi que de leur performance.

La présente charte est adoptée par les acheteurs suivants :

- Ville de Toulouse
- Toulouse Métropole
- TISSEO Collectivités
- TISSEO Ingénierie
- SEMECCEL
- OPPIDEA
- EUROPOLIA
- Etablissement Public du Capitole
-  Toulouse Atout, agence d'attractivité

Objectifs de la Charte

Pour les acheteurs

- ✓ Optimiser les dépenses et les mettre en adéquation avec les besoins en communication ;
- ✓ Attirer les meilleurs candidats pour accompagner les acheteurs dans le développement de leurs actions ;
- ✓ Montrer une parfaite maîtrise de leurs enjeux dans le respect de la réglementation.

Pour les candidats

- ✓ S'assurer de la viabilité économique de la réponse attendue aux appels d'offres auxquels ils participent, pour eux comme pour l'ensemble de la filière ;
- ✓ Veiller à se positionner sur les appels d'offres pour lesquels ils ont une expertise et des capacités adaptées.

La présente charte s'organise en trois axes clés visant à :

- ✓ *Garantir la performance de l'achat en amont de la consultation (axe 1),*
- ✓ *Établir une stratégie de mise en concurrence efficiente (axe 2),*
- ✓ *Améliorer la relation fournisseur (axe 3).*

Elle s'appliquera aux marchés publics passés par les acheteurs qui s'engagent sur les différentes actions décrites ci-après.

Axe 1 : Garantir la performance de l'achat en amont de la consultation

a. Favoriser la connaissance du tissu économique

- ✓ **Développer les échanges avec les professionnels de la communication** afin de mieux appréhender le fonctionnement de ce domaine d'activité
- ✓ **Mettre en place des plans de sourçage pour challenger le besoin et analyser le marché fournisseur** afin de mieux connaître le tissu économique propre au secteur mais aussi les pratiques en place, les capacités de réponse, ainsi que les innovations en cours de développement.

b. Diffuser l'information sur les besoins

- ✓ **Communiquer sur la programmation des achats pour l'exercice à venir permettant aux candidats de :**
 - Avoir une visibilité sur les besoins,
 - Cibler leurs réponses,
 - Mettre en place leur stratégie de réponse, voire préparer d'éventuels groupements momentanés d'entreprises ou sous-traitances.

c. Accompagner les candidats pour les aider à mieux apprécier les règles relatives à la Commande publique.

Axe 2 : Etablir une stratégie de mise en concurrence efficiente

a. Rédiger une consultation adaptée au besoin

- ✓ **Définir le juste besoin :**
 - Description technique du besoin la plus précise possible afin de permettre aux professionnels de la communication d'anticiper les conditions d'exécution du contrat et renforcer la performance de l'achat pour l'acheteur,
 - Description quantitative du besoin : au-delà des montants maximums communiquer une estimation réaliste qui permet aux agences de prévoir un plan de charges.
- ✓ **Accompagner les candidats** pour les aider à mieux apprécier les règles relatives à la Commande publique.
- ✓ **Mettre en place un juste allotissement des prestations** à même de répondre aux exigences réglementaires ainsi qu'aux capacités des candidats.

- ✓ **Favoriser les marchés au long cours**, multi-attributaires en cas de prestations larges ou de montants importants.
- ✓ Dès lors que la procédure le permet, l'acheteur veille à prévoir des **phases de négociations/échanges**. Ces dernières permettront d'adapter au mieux les offres des candidats à la demande de l'acheteur.
- ✓ **Prendre en compte la réglementation relative à la propriété intellectuelle et rémunérer les droits d'auteur afin de favoriser la création artistique.**
- ✓ **Simplifier la rédaction des dossiers de consultation :**
 - Limiter à la stricte réglementation la demande des pièces de candidature et de l'offre ;
 - Fournir des informations précises sur le mémoire technique attendu pour faciliter la réponse des candidats ;
 - Veiller à rédiger des Bordereaux de Prix (BPU) et Détails Quantitatifs Estimatifs (DQE) clairs, précis et exhaustifs en termes de description des prestations pour gagner en intelligibilité et en simplicité ;
 - Appréhender la nécessité de demander un exercice stratégique ou créatif spécifique.
- ✓ **Prévoir des délais de réponse adaptés** en fonction de la complexité de l'offre à remettre.

b. Effectuer une analyse vigilante des offres

- ✓ **Sélectionner les offres les mieux disantes**, y compris dans les procédures adaptées, et en veillant à ce que le critère prix ne prévale pas de façon systématique.
- ✓ **Favoriser un critère relatif à la compétence et méthodes de l'agence et de l'équipe dédiée aux prestations.**
- ✓ **Veiller à une meilleure intégration des critères d'achats responsables** (environnementaux, sociaux et économiques).

c. Prendre en compte l'effort consenti par les candidats lors de la demande d'exercices stratégiques et créatifs

- ✓ **Porter une attention particulière en cas de demande de remise d'exercices stratégiques ou créatifs et sa nécessité sur les prestations attendues** afin d'évaluer la charge imposée aux candidats.
- ✓ **Dans le cas de demande de remise d'éléments qui constituent un investissement significatif pour les soumissionnaires, privilégier le recours à une procédure restreinte mettant en œuvre une indemnisation au profit d'opérateurs économiques sélectionnés pour la phase offre.**

Axe 3 : Améliorer la relation fournisseur

a. Informer de façon claire et didactique les candidats en fin de procédure

- ✓ **Informers rapidement les candidats non retenus** en précisant les motifs détaillés de la décision de l'acheteur.
- ✓ **Se tenir à disposition des candidats évincés** afin de pouvoir leur apporter des éclaircissements et les accompagner dans leurs futures réponses aux procédures de consultations.

b. Assurer un suivi de l'exécution du contrat avec le titulaire

- ✓ **Organiser une réunion de lancement du marché** afin :
 - D'établir une prise de contact entre les acheteurs et le titulaire ;
 - De préciser les objectifs généraux (qualité, délais...) des prestations futures ;
 - D'arrêter les dispositions relatives au pilotage et au contrôle des prestations : circuit des documents et de l'information...
- ✓ **Instituer des réunions de suivi régulières entre les deux parties contractantes** afin d'établir un prévisionnel des prestations à réaliser, un bilan des difficultés et des bonnes pratiques...
- ✓ **Envisager en fin d'exécution du contrat un bilan avec le titulaire.**